

стратегических решений, связанных с эффективным использованием ресурсов и выявлением новых областей развития для создания конкурентных преимуществ.

Во вторую группу можно включить специализированные предприятия, выпускающие конкурентоспособную продукцию. Как правило, эти предприятия имеют собственную торговую марку, привлекательную для потребителей. Поэтому этим производителям необходимо освоить методы управления портфелем торговых марок, инструментарий эффективного сегментирования и доминирования в рыночном сегменте посредством позиционирования. Постоянство качества и усовершенствование продукта должны стать гарантией получения стабильного дохода и постоянного клиента.

Третью группу составляют предприятия, действующие в специализированных отраслях и экономических сегментах массового рынка. Большинство этих предприятий были созданы в плановой экономике и поэтому имеют систему мотивации поведения, ориентированную на выполнение плановых показателей. Производители этой группы могут увеличить запас конкурентоспособности за счет низких издержек и дифференциации продукта. Сочетание низкой цены товара и высокого качества позволит им переориентироваться с массового рынка на небольшие специализированные ниши, не представляющие интереса для их амбициозных конкурентов.

Четвертая группа - мелкие фирмы. Главное в стратегии мелких предприятий - это гибкость. Они должны внимательно следить за изменениями потребностей своих клиентов. Для того чтобы выжить в конкурентной борьбе, малые предприятия чаще всего выбирают один из трех вариантов поведения:

- деятельность в сферах, традиционно обслуживаемых только мелким бизнесом;
- выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании;
- выпуск товаров, копирующих чужие изделия.

ПОСЛЕДСТВИЯ ВВЕДЕНИЯ ЕДИНОГО ПЛАТЕЖНОГО
СРЕДСТВА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА НА
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ

*Петрович А. А., аспирант
Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск*

В настоящее время экономика Республики Беларусь стоит перед необходимостью серьезных структурных преобразований, поскольку ранее функционировавшие механизмы инвестиционной деятельности не могут обеспечить модернизацию и инновационное развитие производственных и коммерческих мощностей белорусских предприятий и финансовых учреждений. Негативную динамику развития инвестиционной деятельности отражает тот факт, что с 1990 г. по настоящее время объем инвестиций (внутренних и внешних) в белорусскую экономику уменьшился в 2,5 раза. Наиболее распространенными формами осуществления инвестиций в экономику Беларуси в настоящее время являются:

- государственные централизованные капитальные вложения;
- капитальные вложения предприятий из собственных источников;
- государственные инвестиционные кредиты;
- создание финансово-кредитных групп.

При сложившейся ситуации было бы логичным стимулировать рост объема инвестиций за счет банковских кредитов, однако, совокупный объем ресурсов банковской системы Республики Беларусь на 1.03.98 г. составил 95,8 трл. рублей или по официальному курсу 2,03 млрд. USD, что составляет 20,1% ВВП страны. Для сравнения: в

России эта цифра примерно 25%, в Польше – 55%, Чехии – около 130%. По западным стандартам она должна быть не менее 100% от ВВП. Любой из десяти ведущих российских банков обладает активами и капиталом большими, либо сопоставимыми с активами и капиталом всей банковской системы Беларуси. Очевидно, что рост инвестиций за счет банковского капитала возможен при существенном увеличении ресурсов банков или изменения структуры их активов.

Грядущие преобразования в денежно-кредитной сфере Республики, а именно введение российского рубля в качестве единого платежного средства на территории Союзного государства и, как следствие, унификация финансовой части законодательства с Российской Федерацией, несомненно, тем или иным образом, отразятся на состоянии инвестиционного климата в целом и на инвестиционные потоки в частности. Показательным является анализ влияния последствий введения единой валюты на данные экономические категории, которые в конечном итоге отражаются на всю экономику страны.

Так, одним из основных критериев при оценке инвестиционного климата является уровень инфляции. Согласно мировым меркам уровень инфляции в Республике ни как нельзя назвать «умеренным», поскольку если величина данного показателя превышает 100%, то данное явление называется гиперинфляцией и неблагоприятный инвестиционный климат при таких условиях может привести к инвестиционному кризису. При объединении денежно-кредитных систем Республики Беларусь и Российской Федерации будет наблюдаться снижение уровня инфляции и инфляционных ожиданий в Беларуси, но обратный процесс может иметь место в экономике России. Привязывание обменного курса белорусского рубля к российскому (прогнозная величина ежемесячной девальвации белорусского рубля по отношению к российскому 2-3%), также позволит сдерживать уровень инфляции в Беларуси. Кроме того, более мощная денежно-кредитная сфера России, которая имеет более высокий уровень в международном финансовом рейтинге, обеспечит улучшение инвестиционного климата в Беларуси в части финансовых показателей.

Введение единой валюты также скажется на механизмах использования внутренних ресурсов предприятий для инвестирования. К основным механизмам, которые могут быть использованы хозяйствующими субъектами относят:

- акционирование;
- реструктуризация;
- амортизация основных средств;
- использование механизмов возвратного лизинга;
- работа с дебиторами и кредиторами.

Для предприятий, вовлеченных во внешнеторговый оборот с РФ, введение российского рубля в обращение существенным образом трансформирует их инвестиционную политику за счет привлечения или дополнительного использования ресурсов их российских контрагентов. Устранение транзакционных издержек, обязательной продажи выручки в RUR, необходимость приобретения RUR на биржевом или небиржевом рынке, а также упрощение учета внешнеторговых операций с РФ позволит лучшим образом организовать инвестиционные ресурсы предприятия. Однако для некоторых предприятий существует опасность потерять свои ценовые преимущества, которые они использовать при функционировании обменного курса.

Предприятие также может рассчитывать и на внешние источники, находящиеся в Республике Беларусь, к которым можно отнести:

- кредиты банков;
- государственные источники финансирования, в том числе целевые программы;
- инвестиционные фонды;

фонды венчурного финансирования;
специализированные государственные и негосударственные фонды;
потенциальные партнеры - местные частные или корпоративные инвесторы;
местные акционеры.

Инвестиционная деятельность вышеназванных субъектов будет во многом определяться тем положением, которое они занимали на инвестиционном рынке до момента введения российского рубля. Российскому капиталу будет открыт свободный доступ на инвестиционный рынок Беларуси, что приведет к конкуренции на рынке денежных ресурсов. Иными словами белорусские банки до введения единой валюты должны прочно занимать позиции на рынке, чтобы пришедшие с большим капиталом российские банки не смогли их заместить. В данном случае должна быть детально продумана политика взаимодействия финансовых институтов двух государств.

Следует также отметить, что настоящий уровень развития фондового рынка РБ в силу своих незначительных объемов операций не может стимулировать приток инвестиций ни на текущем этапе, ни в будущем при введении единой валюты. Опять-таки формирование данного сегмента финансового рынка, который призван выполнять значительную роль в экономической жизни страны, должно быть успешно завершено до момента введения российского рубля в качестве единого платежного средства.

Экономические субъекты РБ также могут рассчитывать на иностранные источники инвестиций, но введение российского рубля не сможет коренным образом положительно изменить инвестиционную привлекательность Беларуси на мировом рынке. Наиболее вероятными источниками инвестиций для предприятий будут являться: кредитные линии Европейского Банка Реконструкции и Развития (ЕБРР) и других международных финансовых организаций, фонды венчурного финансирования, потенциальные партнеры - иностранные частные и корпоративные инвесторы, гранты, выделяемые различными международными организациями.

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

*Прокофьева Н.Л., зав. кафедрой "Коммерческая
деятельность"; Спинов Сергей, студент
**УО "Витебский государственный
технологический университет"***

Инициативное изменение маркетинговой стратегии предприятием может быть связано с желанием его руководителей сменить вид деятельности, сегмент рынка или товарный ассортимент. Последствия таких инициатив оказываются сложно прогнозируемыми, поэтому подобные действия составляют суть экономически и организационно выверенных, финансово подкрепленных операций. Но чаще всего необходимость изменения стратегии поведения фирмы на рынке, ее маркетинговой деятельности связывается с приближением или наступлением кризисной ситуации. Для большинства белорусских предприятий подобная ситуация уже имеет место, но радикального преобразования маркетинговых стратегий практически не наблюдается.

В течение 1998-2000 г.г. большинство изменений в маркетинговой деятельности предприятий можно охарактеризовать как бессистемные. Это период, когда очевидным становится стратегический разрыв, но руководство предприятия не видит путей его ликвидации - изменение стратегии не имеет четкого направления. В основном это копирование инноваций конкурентов, образование новых предприятий, направленное на получение новых рыночных возможностей. Объективное состояние развития пред-